

DE L'ESCENOGRAFIA AL SIMULACRE: LA HISTÒRIA,  
MATÈRIA PRIMERA DEL *BEST-SELLER**Jovi Lozano-Seser*

A DICTADURA DEL PRESENT ÉS UNA OBVIETAT que ens tenalla l'existència, sobretot en el marc d'una era digital on la urgència de cada clic soterra qualsevol intent de regressió; la impossibilitat, alhora la negativitat, de fer pauses que ens ajuden a retrocedir cap a les clarianes del passat, cap al pòsit de la nostàlgia. Una mirada enrere que queda anorreada per la fèrria puixança de l'ací i l'ara: dues directrius que s'entortelligen a les cames del capitalisme per tal de nodrir un sistema tan voraç i ràpid com el *fast food*. Un model econòmic que també ho és de pensament i conducta i que finalment s'encomana a totes les parcel·les de la cultura amb equidistant ferotgia.

La història. Què és la història, amb o sense hac majúscula, en un món que solament cerca dreceres per arribar el més aviat possible al futur? La resposta, al cap i a la fi, no sempre podrem trobar-la dins dels paràmetres de la ficció, per més que ens hi entestem. Hi ha manuals, tesis i completíssims estudis al voltant de cada període assenyalat. Tant se val: és per mitjà de la ficció que se'ns ha ensenyat a descodificar el passat, a apropar-nos-hi, amb tant d'infortuni com d'escarment. Els designis del *mainstream* així ens avaluen mentre aposten i fan que apostem per la versió simplificada, ensinistrada, dels fets. No debades, en el camp del cinema hem vist apocalíptics retrats d'una Prehistòria improbable on els primers homínids convivia amb dinosaures. Una asincronia evolutiva científicament hilarant que demostra que l'imaginari dels creadors s'avança irremissiblement a la credibilitat de les fonts. Tornem aleshores a la dictadura del present, que és també la dictadura del mercat i de tot el deixant d'imperatius comercials que fan dels relats dels *mass media* actuals un pou de clixés. No és d'estranyar, així doncs, que la literatura restara aliena a aquesta contagiosa fenomenologia.

En la teoria del *best-seller* de caràcter històric conflueixen les lleis del consumisme del segle XXI i alhora la filosofia, en versió vitalista 2.0, del *carpe diem*. Ens referim també a un arquetipus heterogeni d'escriptor que no respon a un perfil prèviament concebut. L'autor de llibres supervendes, a més, no és necessàriament conscient de pertànyer a aquesta tipologia, per la qual cosa podríem delimitar que l'argument de pes per aplicar-hi el distintiu passa més pel contingut de l'obra que per la signatura. D'altra banda, tampoc no és massa clara la pertinença dels *best-sellers* a la baixa o alta literatura: hi ha una divergència pel que fa a les valoracions d'aquestes novel·les que en dificulta l'escrutini encara que predominantment, tot s'ha de dir, són menyspreades per la crítica. La regla general, però, seria una dada compartida: èxit clamorós de vendes, expansió internacional del ressò i atracció d'un ampli ventall de lectors.

Amb tot, podem fer-ne un tast general per tal d'abeurar-nos del concepte. Publicada el 2003 i amb vora vuitanta milions d'unitats despatxades, *El codi Da Vinci* (Empúries Narrativa), de l'escriptor estatunidenc Dan Brown podria ser titllat de *best-seller* prototípic simplement per la seua influència en posteriors publicacions i tendències arreu del món. Els ingredients: una interpretació conspiranoica de la història del cristianisme barrejada amb l'estructura agitada d'un fulletó de suspens. Una trama senzilla de desxifrar que esdevé apta per a qualsevol lector –iniciat o no en aquests àmbits– malgrat la inexactitud d'algunes informacions incoherents que sacrifiquen la versemblança del relat per tal d'aportar al conjunt una espectacularitat postissa, més basada en el dinamisme de l'acció que no en la descripció detallada de les intrigues que susciten els moviments dels protagonistes.

Aquesta absència de rigor històric i tècnic en benefici de la cadència lúdica de la narració és una pauta recognoscible en la majoria dels supervendes tot i que també podem destacar algunes excepcions, com ara la saga de novel·les de la historiadora nord-americana Jean M. Auel encapçalades sota el títol originari *El clan de l'ós de les caveres* (La Butxaca, 2009). Una sèrie de llibres situats en l'Europa prehistòrica que exploren les hipotètiques interaccions entre els homes de Cromanyó i Neandertal en un fructífer vincle que, pel que fa a les vendes, ja frega els cinquanta milions de còpies. Tot un estímul i reconeixement per a una autora que converteix cada llançament en una experiència formativa i de recerca. De fet, per al darrer volum de la col·lecció, Auel es documentà *in situ* a jaciments ibèrics com el d'Altamira en un procés d'identificació amb la matèria que ennobleix l'embolcall pedagògic del seu llegat literari.

Contràriament, el *best-seller* sol enterbolir aquesta sèrie de valors transversals a l'hora d'adquirir personalitat o, millor dit, no-personalitat. La marca de la casa es basa així en un registre zero, una suma de factors neutrals que facilita la distribució i minimitza al màxim les tasques d'adaptació per als traductors que hauran de lliurar els respectius encàrrecs en una trentena de llengües distintes. Perquè el *best-seller*, no ho oblidem, també pot precauinar-se. Amb antelació i traïdoria per part d'unes editorials que xafardegen la tendència de la temporada per tal d'avançar-se a la puntualitat del rival. Sols així s'entén la simultaneïtat de dues novel·les sobre el mateix emperador romà o fins i tot la coincidència del període promocional de tres històries distintes sobre processos inquisitorials durant el segle XVI. La competència és dura i la comunitat lectora, àvida. Per això se segueixen els punts més reeixits del *hit* de la temporada abans d'assajar el nou encert de la pròxima campanya. En gran part de llançaments, però, una mateixa concepció del temps passat: concisa, uniforme, plana. Etapes de la història que són enfocades amb simplicitat i recargolament alhora. Una contradicció que també copien les adaptacions cinematogràfiques basades en els mateixos texts, les quals ens situarien en la conjuntura d'asseverar que el marc cronològic d'aquestes creacions és només el d'una escenografia arbitrària. Un decorat buit on resplendeix més la tramoia que el referent real. Un muntatge de cartró i pedra on preferim el succedani abans que l'original. Previsiblement, perquè l'element fals l'hem inventat nosaltres i se'ns assembla prou més que el genuí.

Una història per a les masses, en resum, que no és el mateix que una història compromesa. Heus ací una visió de la Història com a simulacre del que realment va ser i com a mostra del que probablement volem llegir. La ploma de l'autor, en aquest cas, guanya en solvència tot el que perd de reputació, però s'apropa més que mai als anhels del mercat i als interessos d'una vasta comunitat lectora assedegada d'entreteniment directe. Sense filtres, ni excés d'expectatives, ni de lluny esforços. Aristòtil deia que la història conta allò que va ocórrer mentre que la poesia conta allò que segurament va ocórrer. La subjectivitat de l'escriptor no ha estat mai tan poderosa com ara quan la duplicitat de pantalles i formats li atorga al narrador més escenaris, més escenes i, sobretot, més escenografies. El combustible per a la recreació infinita.

Ara podem llegir el que volem llegir, en analògic i en digital, i fins i tot podem fer que *El senyor dels anells* competisca amb la *Bíblia*, sens dubte el *best-seller* més innegociable de tots els llistats i de totes les temporades. Els rànquings fluctuen i canvien per mesos, però ens

permeten esbrinar que alguns adolescents ja no distingeixen entre Tolkien i Nou Testament. Són sis les posicions que separen el text sagrat (*number one* perpetu) de la trilogia de Frodo, encara que cada vegada són més imperceptibles els entrebancs que limiten l'abast d'una mitologia sobre la influència de l'altra. Qui sap si, amb el temps, la literatura disfressada de *best-seller* (o a l'inrevés) ja haurà pres totalment les regnes de la indústria. Mentrestant, ens queda el remei de seguir covant ficcions amb l'esperança que algun dia troben la seua clientela potencial: una quimera que és desig i, al mateix temps, condemna. Al remat, el millor venedor no és sempre el millor impostor.